

Finançat pel Programa Ordinari de Plans de Sostenibilitat Turística en Destins, convocatòria ordinària 2022

PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES QUE HAN DE REGIR EL CONTRACTE DEL SERVEI D'EVOLUCIÓ DE LA IDENTITAT TURÍSTICA DE TOSSA DE MAR I EL DESENVOLUPAMENT D'ESTRATÈGIES DE COMUNICACIÓ PER AL POSICIONAMENT DE LA DESTINACIÓ TURÍSTICA, FINANÇAT PEL PLA DE SOSTENIBILITAT TURÍSTICA EN DESTINS.

- Ajuntament de Tossa de Mar-

1- OBJECTE DEL CONTRACTE

L'objecte del present plec és establir les prescripcions tècniques que regiran la contractació del **servei d'evolució de la identitat turística de Tossa de Mar i el desenvolupament d'estratègies de comunicació orientades al posicionament de la destinació turística.**

Aquesta actuació s'inscriu en el marc del **Pla de Sostenibilitat Turística en Destinacions**, corresponent a la convocatòria ordinària de l'any 2022 del **Ministeri d'Indústria, Comerç i Turisme**.

La present actuació concretament s'emmarca dins l'Eix 3 "Transició digital" Actuació 6 "Implementació de l'estratègia de comunicació i promoció del projecte del PSTD 2022 "Tossa de Mar, cultural i sostenible".

L'objectiu principal d'aquesta contractació és impulsar un procés de revisió i consolidació de la **identitat de marca turística de Tossa de Mar**, que permeti:

- Evolucionar, optimitzar i reforçar la imatge i percepció de la destinació.
- Assegurar la coherència i eficiència de les seves accions comunicatives.
- Desenvolupar una proposta de valor clara i diferenciadora basada en els atributs propis del territori: **singularitat, tranquil·litat i valors locals**.
- Millorar la connexió entre les expectatives dels visitants i les necessitats dels agents locals i de la ciutadania.
- Garantir una estratègia de comunicació robusta i sostinguda en el temps que contribueixi a consolidar Tossa de Mar com a destinació turística atractiva, moderna i competitiva.

El prestador del servei haurà de disposar de la capacitat tècnica i creativa per construir una identitat de marca sòlida, així com per definir i desplegar una estratègia comunicativa alineada amb els valors, objectius i públics de la destinació, i que sigui adaptable als diversos canals i formats actuals i futurs.

1.2 Codis CPV

La codificació del contracte, d'acord amb el Reglament CE 213/2008 de la comissió, de 28 de novembre de 2007, pel qual es modifica el Reglament CE 2195/2002 del



Finançat pel Programa Ordinari de Plans de Sostenibilitat Turística en Destins, convocatòria ordinària 2022

Parlament Europeu i el consell pel qual s'aprova el Vocabulari comú dels contractes públics (CPV), i les Directives 2004/17/CE i 2004/18/CE del Parlament Europeu i el Consell sobre els procediments dels contractes públics, pel que fa referència a la revisió dels CPV, són:

- **79342000-3** Serveis de màrqueting.
- **79413000-2** Serveis de consultoria en gestió de màrqueting.
- **79340000-9**: Serveis de publicitat i màrqueting.
- **79341400-0** Serveis de campanyes de publicitat.

1.3 Divisió en lots

No procedeix, per raons d'idoneïtat en l'execució global per a la prestació del servei, d'acord amb les especificacions del Plec de prescripcions tècniques. El servei ha de contemplar una visió i metodologia de treball unificades, el que aconsella la no divisió en lots. Per altra banda, l'adjudicació a diferents empreses incrementaria el cost global i la coordinació eficient del servei.

La possibilitat d'excepcionar la divisió en lots consta expressament prevista en l'article 99.3 LCSP, d'acord amb el qual:

“Sempre que la naturalesa o l'objecte del contracte ho permetin, s'ha de preveure la realització independent de cadascuna de les seves parts mitjançant la seva divisió en lots, i es poden reservar lots de conformitat amb el que disposa la disposició addicional quarta.

No obstant això, l'òrgan de contractació pot no dividir en lots l'objecte del contracte quan hi hagi motius vàlids, que s'han de justificar degudament en l'expedient, excepte en els casos de contractes de concessió d'obres.

En tot cas, es consideren motius vàlids, a l'efecte de justificar la no-divisió en lots de l'objecte del contracte, els següents:

b) El fet que la realització independent de les diverses prestacions compreses en l'objecte del contracte en dificulti l'execució correcta des del punt de vista tècnic; o bé que el risc per a l'execució correcta del contracte procedeixi de la naturalesa del seu objecte, en implicar la necessitat de coordinar l'execució de les diferents prestacions, qüestió que es podria veure impossibilitada per la seva divisió en lots i l'execució per una pluralitat de contractistes diferents. Tots dos aspectes, si s'escau, s'han de justificar degudament en l'expedient”.

Així doncs, en conclusió, s'acorda no dividir el contracte en lots, atès que la naturalesa del servei que es licita requereix una gestió unificada i una coordinació i supervisió comunes. La divisió en lots i la seva execució per part de diversos contractistes podria dificultar o fins i tot impossibilitar aquesta coordinació, comprometent així la correcta execució del contracte.

2- JUSTIFICACIÓ DE LA NECESSITAT DEL CONTRACTE



Finançat pel Programa Ordinari de Plans de Sostenibilitat Turística en Destins, convocatòria ordinària 2022

L'Ajuntament de Tossa de Mar necessita contractar el servei d'evolució de la identitat turística de Tossa de Mar i el desenvolupament d'estratègies de comunicació per al posicionament de la destinació turística per a donar resposta a les necessitats del sector turístic del municipi, així com per adaptar-se a les tendències turístiques.

L'objecte del servei dona compliment a l'estratègia turística consensuada amb el sector privat.

La naturalesa del contracte requereix la dedicació d'un equip de professionals experts per dur a terme totes les tasques necessàries per a una correcta execució de cada un dels lots del servei referit.

L'Ajuntament de Tossa de Mar no disposa de mitjans materials ni personals amb la qualificació o capacitat necessària per dur a terme l'objecte del contracte.

D'acord amb els motius exposats, es considera que l'opció més eficient i eficaç que asseguri la millor execució de l'objecte del servei és la contractació d'una empresa especialitzada.

3- ABAST DEL CONTRACTE

3.1 Prestacions incloses al servei

El servei comprèn les següents actuacions, estructurades en set grans blocs:

a) Planificació estratègica inicial

- Sessió inicial de treball amb l'equip tècnic de l'Ajuntament per alinear el projecte amb l'estratègia turística existent i altres projectes municipals o supramunicipals.
- Identificació de sinergies amb accions del Pla de Sostenibilitat Turística i altres iniciatives públiques o privades en curs.
- Planificació conjunta del calendari i dels punts de validació i seguiment del projecte.

b) Anàlisi i diagnòstic de la identitat i la marca turística actual

S'inclouen en aquest bloc les següents tasques:

- Auditoria de la imatge actual de Tossa de Mar com a destinació turística i de la seva percepció.
- Anàlisi comparativa amb un mínim de tres marques o destinacions competidores.
- Revisió de documentació i estudis existents rellevants per a la diagnosi.
- Recollida de dades primàries mitjançant:



Finançat pel Programa Ordinari de Plans de Sostenibilitat Turística en Destins, convocatòria ordinària 2022

- o Un mínim de dues (2) sessions participatives amb agents turístics i altres actors clau del territori.
 - o Disseny, execució i anàlisi d'una enquesta online adreçada a la ciutadania.
 - o Un mínim de deu (10) entrevistes semiestructurades amb representants del sector turístic i altres agents vinculats.
- Treball de camp per a la identificació i valoració dels recursos i atractius turístics de Tossa de Mar.
- ✓ A la finalització d'aquesta tasca s'ha d'entregar: 1 informe diagnòstic de la situació actual de la identitat i marca turística.

c) Definició de la identitat de marca i del posicionament

Aquest apartat inclou:

- Definició del posicionament estratègic, atributs de la marca i proposta de valor.
- Establiment de l'estratègia comunicativa, identificació dels públics objectius i les dinàmiques comunicatives.
- Concreció dels pilars de comunicació i narrativa de la nova identitat turística.
- ✓ A la finalització d'aquesta tasca s'ha d'entregar: 1 informe estratègic amb la proposta de posicionament i identitat.

d) Creació de la identitat visual i verbal

Amb les següents tasques:

- Definició dels codis gràfics i lingüístics que conformaran la nova identitat.
- Integració i compatibilitat amb altres marques institucionals o territorials.
- Elaboració d'un manual d'identitat (brandbook) en format interactiu.
- ✓ A la finalització d'aquesta tasca s'ha d'entregar: 1 manual d'identitat (brandbook) interactiu.

e) Proposta de l'estratègia de posicionament i comunicació.

Inclou:

- Disseny d'una estratègia multicanal de posicionament, adaptada als públics objectius.
- Identificació d'indicadors per a l'avaluació de l'impacte de la nova identitat i de les accions de comunicació associades.
- ✓ A la finalització d'aquesta tasca s'ha d'entregar: 1 informe amb l'estratègia de comunicació i accions d'activació multicanal.



Finançat pel Programa Ordinari de Plans de Sostenibilitat Turística en Destins, convocatòria ordinària 2022

f) Desenvolupament d'un pla d'accions per a la difusió de la nova identitat

Aquest pla inclourà:

- Definició d'un pla operatiu per al període 2026-2027, amb detall d'accions (on i offline), calendarització i pressupost, orientat a públics objectiu, premsa, prescriptors, agències, operadors i el sector local.
 - Producció d'un vídeo en format *motion graphics* per a la comunicació de la nova identitat (d'1 a 2 minuts), amb veu en off i subtítols en català, castellà, anglès i francès.
- ✓ A la finalització d'aquesta tasca s'ha d'entregar: 1 infografia de síntesi amb el procés i resultats del projecte: pla operatiu per al període 2026-2027 i vídeo en format *motion graphics*.

g) Assessorament continuat durant el període 2026 per acompanyar l'**aplicació de l'estratègia de posicionament, comunicació i execució del pla operatiu**, assegurant una implantació coherent i eficient de la nova identitat.

Aquest acompanyament inclourà:

- **1 trobada mensual de seguiment** (presencial o en línia), per revisar l'estat d'implementació, resoldre dubtes i acordar properes accions.
- **Bossa de 8 hores mensuals de dedicació flexible**, per a suport estratègic, revisió de materials, consultes puntuals o acompanyament en execució, segons les necessitats del projecte.

L'abast i intensitat del seguiment es podrà ajustar segons l'evolució del pla i els requeriments de cada etapa.

3.2 Lliurables del servei

Els resultats del servei hauran de concretar-se, com a mínim, en els següents lliurables:

- A la finalització de la tasca b): 1 informe diagnòstic de la situació actual de la identitat i marca turística.
- A la finalització de la tasca c): 1 informe estratègic amb la proposta de posicionament i identitat.
- A la finalització de la tasca d): 1 manual d'identitat (brandbook) interactiu.
- A la finalització de la tasca e): 1 informe amb l'estratègia de comunicació i accions d'activació multicanal.
- A la finalització de la tasca f): 1 infografia de síntesi amb el procés i resultats del projecte: pla operatiu per al període 2026-2027 i vídeo en format *motion graphics*.



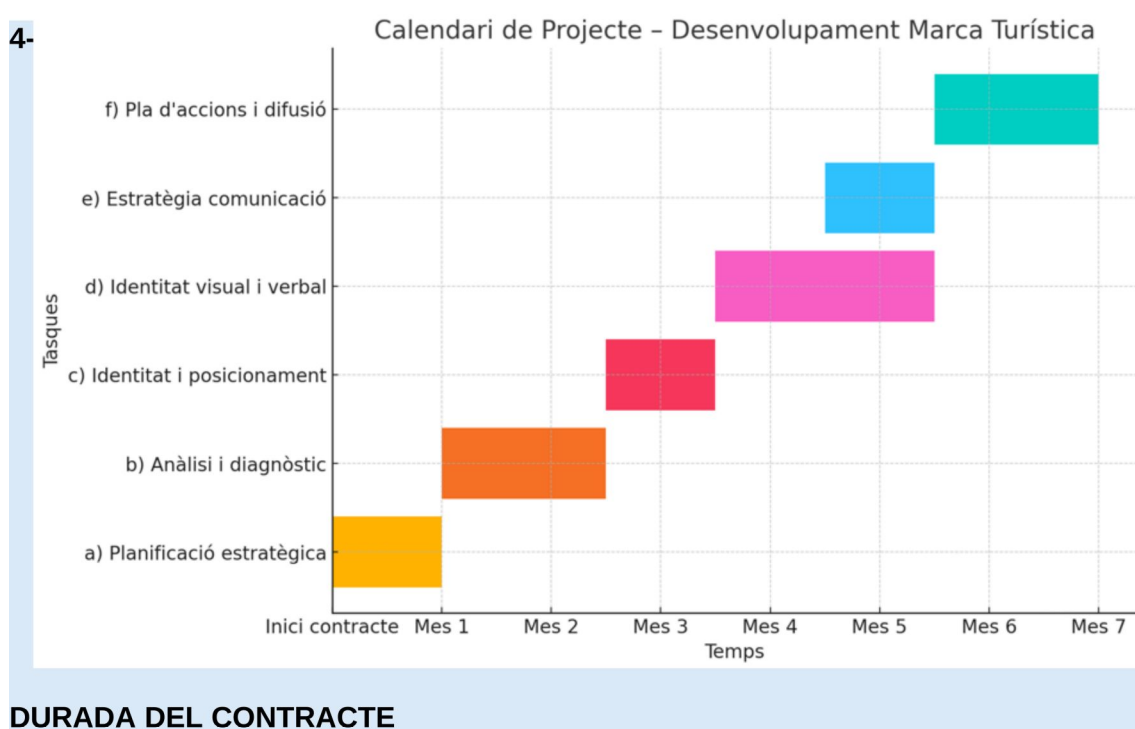
Finançat pel Programa Ordinari de Plans de Sostenibilitat Turística en Destins, convocatòria ordinària 2022

Tota la documentació elaborada durant el procés, tant preliminar com final, en format digital.

Tots els documents finals es lliuraran com a mínim en format .pdf accessible. Els materials gràfics i audiovisuals es lliuraran també en formats editables i d'alta resolució.

A continuació es presenta un cronograma orientatiu dels lliurables previstos en el marc del servei, estructurat en funció dels 7 mesos de durada del contracte. Aquest calendari estableix els terminis estimats per a la realització i lliurament dels resultats clau, garantint una execució ordenada, progressiva i alineada amb els objectius del projecte.

Els lliurables s'han estructurat de manera seqüencial i complementària per assegurar la coherència i eficiència del procés. S'inicia amb el diagnòstic de la situació actual, seguit de la definició estratègica i la creació de la nova identitat, fins arribar a l'estratègia de comunicació i la síntesi final del projecte. Aquesta planificació facilita el seguiment per part de l'Ajuntament i assegura el compliment dels terminis establerts.



El termini màxim per executar el servei referit, a comptar des de la data de formalització del contracte és de 7 mesos. Es preveu la possibilitat d'atorgar una possible pròrroga per un termini màxim d'un mes, sempre que es sol·liciti amb un mínim de 2 mesos d'antelació, concorri causa justificada i els tècnics responsables del contracte emetin informe favorable a la sol·licitud.

5- PRESSUPOST



Finançat pel Programa Ordinari de Plans de Sostenibilitat Turística en Destins, convocatòria ordinària 2022

El pressupost base de licitació d'aquest contracte és de 34.800 euros més 7.308 euros corresponent al 21% d'IVA, que resulta un import total de 42.108 euros (QUARANTA DOS MIL CENT VUIT EUROS), IVA inclòs.

Concepte	Import anual
Costos directes:	
Planificació estratègica	2.000,00
Anàlisi i diagnosi de la marca	6.310,14
Definició identitat i posicionament estratègic	5.531,16
Creació d'identitat visual i verbal	5.300,00
Estratègia de comunicació i posicionament	3.400,13
Pla d'accions i producció audiovisual	8.530,00
Total costos directes	31.071,43
Costos indirectes:	
Despeses generals (6%)	1.864,29
Benefici industrial (6%)	1.864,29
Pressupost base	34.800,00
IVA	7.308,00
Total costos indirectes	11.036,57
PRESSUPOST BASE DE LICITACIÓ	42.108,00

El pressupost base de licitació del contracte s'ha establert d'acord amb criteris de proporcionalitat, eficiència i ajustament als preus de mercat, tenint en compte la naturalesa tècnica i estratègica del servei a prestar, la seva complexitat i l'àmbit d'aplicació dins del Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència (PRTR).

Criteris aplicats:

Per al càlcul del pressupost s'han considerat els següents elements:

a) Preus de mercat i experiències similars

S'han pres com a referència els imports de contractes públics anàlegs tramitats per administracions locals en el marc dels Plans de Sostenibilitat Turística en Destinació (PSTD), dins el Component 14 del PRTR. En aquests expedients, els serveis de definició de marca turística i estratègia de comunicació s'han licitat en forquilles que oscil·len entre **30.000 i 60.000 euros (sense IVA)**, segons abast i durada.

b) Costos laborals segons conveni col·lectiu



Finançat pel Programa Ordinari de Plans de Sostenibilitat Turística en Destins, convocatòria ordinària 2022

Els costos salarials i professionals previstos en el present contracte s'han calculat d'acord amb els trams establerts pel **X Conveni Col·lectiu Estatal de Consultoria i Estudis de Mercat i Opinió Pública**, BOE núm. 264 de 3 de novembre de 2022. S'han aplicat estimacions salarials anuals per a perfils tècnics mitjans i alts (gestors de projecte, analistes, dissenyadors gràfics, redactors estratègics i tècnics audiovisuals), amb una mitjana de cost/hora empresarial situat entre **35 i 55 euros/hora**.

c) Dedicació estimada per fase

L'import del pressupost deriva de la suma de les hores estimades necessàries per a cada fase del projecte, segons el següent desglossament:

Fase del projecte	Hores estimades	Cost aproximat
Planificació i coordinació estratègica	40 h	2.000,00€
Anàlisi i diagnosi de marca (auditories, sessions, entrevistes, enquesta)	120 h	6.310,14 €
Definició de posicionament i narrativa	100 h	5.531,16 €
Disseny identitat visual i verbal + manual	90 h	5.300,00€
Estratègia de comunicació i posicionament	70 h	3.400,13€
Pla d'accions i producció audiovisual (vídeo multilingüe)	160 h	8.530,00€

Aquestes hores es multipliquen per una tarifa mitjana ponderada entre perfils tècnics i creatius (entre 38 i 48 €/hora), la qual cosa dona lloc al càlcul dels **costos directes**.

d) Despeses generals i benefici industrial

S'han aplicat coeficients habituals en contractació pública:

- **6% de despeses generals** sobre costos directes.
- **6% de benefici industrial**, d'acord amb la **LCSP i la jurisprudència del Tribunal de Contractes del Sector Públic**.

6- OBLIGACIONS DE L'ADJUDICATÀRIA

L'empresa adjudicatària haurà de complir, durant tota la vigència del contracte, un seguit d'obligacions tècniques, legals i organitzatives que garanteixin el correcte desenvolupament dels treballs contractats:

- Mantenir, durant tota la vigència del contracte, les condicions laborals i socials de les persones treballadores assignades a l'execució del contracte. Aquestes condicions hauran de ser, com a mínim, les fixades en el moment de presentació de l'oferta, d'acord amb el conveni col·lectiu que els sigui aplicable. En qualsevol cas, l'empresa adjudicatària haurà de garantir el compliment de



Finançat pel Programa Ordinari de Plans de Sostenibilitat Turística en Destins, convocatòria ordinària 2022

les condicions laborals vigents segons el Conveni Col·lectiu Sectorial aplicable durant tot el període contractual, en compliment del que estableix l'article 202 de la Llei de Contractes del Sector Públic (LCSP) com a condició especial d'execució de caràcter social.

- Estar al corrent de totes les obligacions legals, laborals i fiscals.
- Complir tota la normativa nacional i europea en matèria de protecció de dades personals.
- Complir la normativa vigent en matèria de seguretat i salut laboral, disposant d'un Pla de Prevenció de Riscos Laborals i proporcionant els equips de protecció individual (EPI) si és necessari.
- Executar el contracte amb diligència, d'acord amb les condicions establertes i dins dels terminis fixats.
- Disposar d'una organització tècnica, econòmica i de personal adequada per garantir l'eficiència i la qualitat del servei. Garantir que el personal assignat sigui suficient i adequat en tot moment. En cas de baixes, gestionar les substitucions de manera immediata i informar-ne a l'ens contractant.
- Assumir tota responsabilitat derivada del seu personal, sense que existeixi cap relació laboral amb l'ens contractant.

Fer extensives totes aquestes obligacions i condicions especials d'execució a qualsevol empresa subcontractada, que haurà de complir-les en els mateixos termes que l'adjudicatària.

